

УДК 338.486

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ФЕСТИВАЛЕЙ

В.Г. Ден, 4 курс

*Научный руководитель – Г.А. Гомилевская, к. э.н.,
директор Международного института туризма и гостеприимства
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса*

Гастрономический туризм как инновационное направление туристской деятельности с точки зрения ресурсной базы и преимущественно этногеографической специализации имеет широкие возможности для развития практически в любом регионе страны. В целом специфика формирования и развития гастрономического туризма связана с природными, этническими, географическими и культурными ресурсами, при этом важной составляющей, поддерживающей популярность данного сегмента туризма, являются событийные мероприятия кулинарной направленности.

Многие исследователи (Михайлова Е.М. [1], Сергеева М.И. [2] и др.) отмечают роль гастрономических фестивалей в продвижении региона, развитии туризма в России, проводят анализ ресурсного потенциала и изучают особенности фестивалей различной тематики. При этом недостаточное внимание уделено организационным и технологическим аспектам социокультурной и туристской деятельности при разработке гастрономических программ и организации кулинарных фестивалей.

По мнению большинства исследователей, фестиваль туризм выделяется в отдельный вид туризма, который характеризуется посещением туристами национальных и международных фестивалей и конкурсов, зрелищно-костюмированных празднеств, спортивных соревнований [1, 3], при этом авторы в большей степени определяют его как художественную форму с демонстрацией культурных достижений, когда кулинарный аспект практически не рассматривается [4].

На наш взгляд, гастрономический фестиваль, как массовое событие, включает комплекс мероприятий кулинарной направленности (демонстрацию, смотр, продажу и дегустацию кулинарных

блюд и напитков) и выступает в качестве профессиональной площадки для коммуникации потребителей, производителей и специалистов общественного питания с использованием конкурсных, презентационных и развлекательных мероприятий [4].

В большинстве исследований подчеркивается, что фестивальная деятельность способствует решению проблемы сезонности, привлекая туристов в периоды спада, росту занятости населения, расширению ресурсного потенциала региона. Впоследствии это оказывает положительное влияние на экономическое и социальное развитие региона.

С учетом специфики мероприятий гастрономической направленности нами предложена схема организации кулинарного фестиваля (Рисунок), которая, прежде всего устанавливает системообразующие принципы управления мероприятием на основе проектного управления. Проектное управление кулинарным фестивалем предполагает различные формы социального партнерства, основанное на сотрудничестве и взаимном учете интересов участников проекта. Как правило, организация фестиваля основана на принципах государственно–частного партнерства с использованием правовой формы инвестиционного товарищества (ИТ) [5]. В результате договорных отношений социальное партнерство дает возможность повысить эффективность использования ресурсов, создать баланс интересов участников с позиции социализации рыночной экономики.

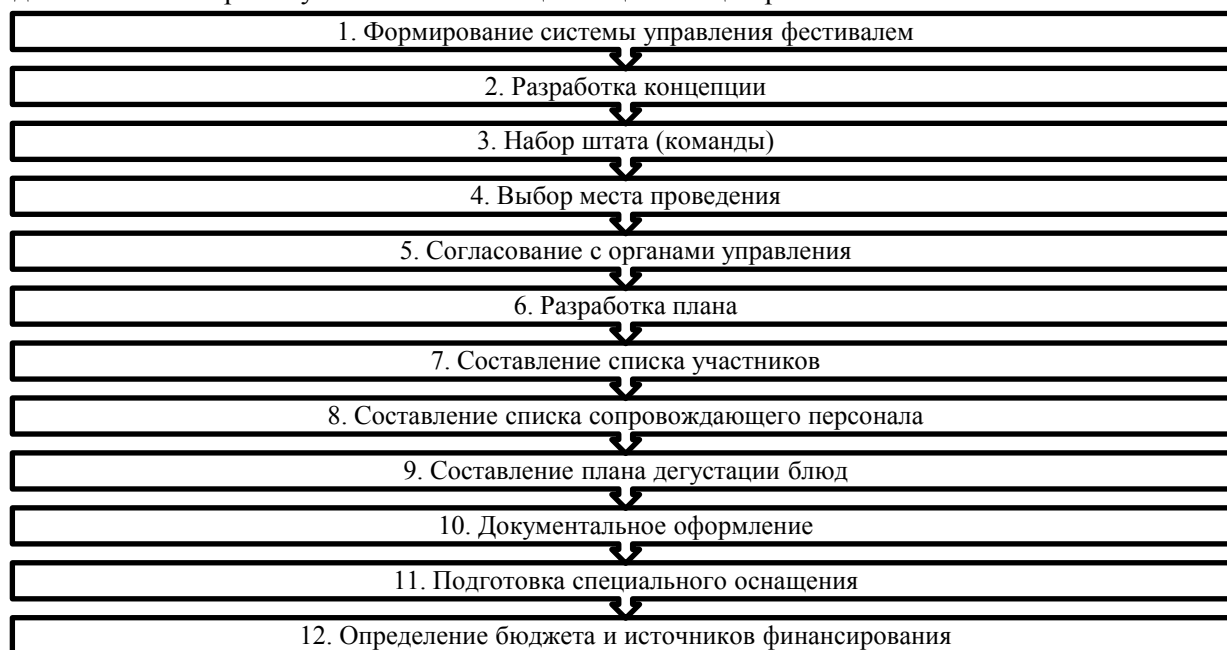


Рисунок – Схема организации кулинарного фестиваля

На этапе разработки концепции выделяется тематика мероприятия, цели и задачи. Этот этап становится стартовым вектором, который определяет направления работы команды организаторов.

Согласование с органами регионального и местного управления – один из наиболее важных этапов. Организация массовых мероприятий должна обеспечить безопасность участников и своевременно предоставить соответствующую помощь (скорая помощь, МЧС, полиция).

Процесс планирования кулинарного фестиваля включает в себя исследование рынка, анализ потребителей, характеристику продукции и услуг, план продвижения и составление четкого регламента (дата, почасовая программа), маркетинговый план.

Состав участников определяется в соответствии с выбранной тематикой, в список также должен быть включен обслуживающий или вспомогательный персонал (волонтеры).

Составление плана дегустации может рассматриваться как механизм инвестирования в имидж предприятия производителя и его продукции.

Следующий этап – обеспечение материально–технической базой (техническое оснащение, свет, мебель, павильоны, стенды, реквизит), холодильным оборудованием, оборудованием для хранения и проведения мастер–классов, посудой и вспомогательной техникой. Данный этап является одним из наиболее важных и требует предварительной подготовки.

Определение бюджета включает в себя составление сметы с указанием всех затрат, поиск источников финансирования, в качестве которых, как правило, выступают организаторы, регистрационные взносы участников, спонсорская помощь.

Таким образом, системный подход к организации гастрономического фестиваля предполагает широкий спектр действий, и недостаточный уровень подготовки хотя бы одного этапа может привести к негативным последствиям, снижению эффективности и даже провалу фестиваля.

В результате исследования на основе комплексного анализа выявлено, что гастрономический фестиваль представляет многопрофильное явление, способное оказать влияние на развитие туризма в регионе, формирование положительного имиджа туристской дестинации.

В организационном аспекте фестиваль выступает как комплексный продукт, требующий выполнения технологии поэтапного планирования, начиная с выбора тематической концепции, определения целевой аудитории, согласованных действий с соорганизаторами и координаторами, подбора и подготовки персонала, подготовки специального оснащения, дегустации блюд. Проектное управление фестиваля предполагает создание социального и государственно–частного партнерства

В итоге, при комплексном подходе к организации, гастрономический фестиваль может выступать в качестве профессионального и туристского ресурса, позволяющего повысить привлекательность региона за счет продвижения местных продуктов.

Список использованных источников

1. Михайлова, Е.М. Гастрономические фестивали как средство продвижения региона / Е.М. Михайлова // Традиционная культура в современном мире. – М., 2015. – С. 200–208.
2. Сергеева, М.И. Ресурсы для развития гастрономического туризма в Тверской области М.И. Сергеева // Современные тенденции развития мировой, национальной и региональной индустрии гостеприимства. – Тверь, 2017. – С. 148–158.
3. Биржаков, М. Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – СПб: Герда, 2004. – 320 с.
4. Ден, В. Г., Гомилевская, Г. А. Кулинарный фестиваль как профессиональный и туристский ресурс (на примере Sea Food Festival, Владивосток) / В.Г. Ден, Г.А. Гомилевская // Междунар.науч–практ.конф. студентов, аспирантов и молодых исследователей (28–29 апреля): в 5 т. Т. 3 / Под ред. О. Ю. Ворожбит. – Владивосток : ВГУЭС, 2016. – 480 с.
5. Криничная, Ю.О. Инвестиционное товарищество как эффективная форма социального партнерства для проведения гастрономического фестиваля в рамках проекта «петербургская кухня» / Ю.О. Криничная // Социальное партнерство и предпринимательство: поиск креативных решений. – 2015. – С. 34–42.